

# 应用型本科院校市场营销专业产教融合和课堂教学现状分析

周晓瑞

(郑州财经学院,河南 郑州 450000)

**摘要:**本文首先阐述了应用型本科高校深化产教融合的必要性,进而分析了市场营销专业进行产教融合的尝试以及课堂教学的现状,最后提出了相应的改进对策,希望能够为同类院校的转型发展提供一定的借鉴。

**关键词:**应用型本科;市场营销;产教融合;课堂教学

**[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.01.237**

现如今,我国经济发展进入新常态,产业结构升级调整、创新驱动发展深入人心,人才的供需结构也随之发生深刻变化。然而受多种因素影响,目前我国高校仍然存在人才培养和产业需求之间在结构、质量和水平的“两张皮”。应用型本科院校要明确办学定位,实现特色发展,就必须紧密结合地方经济发展需要,深化产教融合、校企合作,促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接,增强培养技术技能型人才的能力和水平。

## 1 应用型本科院校产教融合的必要性

(1)产教融合是应用型本科院校错位发展的必然。应用型本科院校多为近几年新建或转型的本科院校,办学历史不长,办学优势不明显,更是以新建民办本科院校、独立学院、联合办学等形式居多。其办学定位既非理论研究型大学,又不同于高职高专的专业技术人才培养,“不精不专”使得应用型本科院校处于尴尬之地。而深化产教融合是应用型本科院校错位发展、推动地方经济社会发展的突破口。(2)产教融合是应用型本科院校创新人才培养的关键。深化校企合作、产教融合,促使应用型本科院校和地方经济紧密结合,推动校方和企业充分合作,从而促进教育-人才-产业-创新有机衔接是宏观层面的战略问题,必须落实到中观和微观层面,落实到人才培养体系才能够真正实现,而产业和教育的融合是其中的关键一环。

## 2 应用型本科院校产教融合发展现状

(1)校、企双方对产教融合的观念认识不到位。产教融合的人才培养模式和传统意义上的高等教育存在颠覆性差异,转变思想是顺应改革的先决条件。应用型本科高校自身需要转变观念自我革命,同时,企业也要提高“产教融合”“真融真合”的观念认知,把自身看作是人才培养的主体之一。(2)校、企双方对育人的标准存在脱节。应用型本科高校往往惯性思维重知识,而产业界更关注实践能力,标准错位;专业人才培养方案的修订往往落后于社会和科技的发展速度,教学内容往往滞后于新的应用背景。(3)兼职教师参与人才培养机制不健全。师资队伍方面,应用型本科院校虽然重视“双师型”教师队伍的建设,鼓励教师参加社会实践、引进企业兼职教师,实行双岗互聘。但实际执行过程中,参与人才培养体制机制不健全,企业人员参与学生培养广度和深度差强人意。(4)人才培养评价主体单一。校企双方对于人才培养质量高低的衡量标准不尽相同,目前好多院校依然以考试成绩、学生就业率、专业对口率、薪资等指标作对学生评量,与行业用人标准存在偏差,评价结果无法真实客观反映出学校人才培养的实际情况,人才培养质量提升速度缓慢。

## 3 应用型本科院校市场营销专业产教融合和课堂教学存在的问题

(1)市场营销专业产教融合形式简单、浮于表面。市场营销专业作为传统专业,对应的行业企业技术更新换代速度快,要求高,虽然近年来的产教融合无论在理论研究还是实践成果方面都有不少成效,但是某种意义上仍然存在“两张皮”的问题,应用型本科高校热度高,而行业企业反应平平、程度不深,甚至吸纳实习学生主要为了降低成本,合作形式也流于表面。(2)市场营销专业课堂教学模式趋同、市场脱节。市场营销专业的课堂教学应该与企业实践紧密结合,既要坚守实践知识和隐性知识的阵地,遵循此类知识传习和获取规律,也应分析提取出知识

单元和知识模块,以构建知识类型体系,与普通教育的知识体系镶嵌互补。然而现实是多数市场营销专业的日常教学运行管理体系并没有纳入企业参与,仅仅是对于细枝末节的修改和调整,产教脱节。(3)市场营销专业双师型教师要求高、数量不足。市场营销专业具有极强的实践操作要求,然而既具备体系完整的专业理论能力,又有较强实战经验的“双师型”教师人才在高校市场依然紧缺,行业内师资往往处于企业内部重要岗位,难以保障稳定的教学任务,而校内师资多数是“从校门到校门”,自身知识体系和能力体系也存在脱节问题。

## 4 应用型本科院校市场营销专业产教融合和课堂教学改革的对策

(1)理清关系,实现“产业”和“教育”的对接。产教融合不能是“纸上谈兵”,一定要做到实处。“产教融合”赋予校企双方丰富的内涵和历史使命。企业和学校要积极发挥各自优势,企业带来最先进的专业技术、资本和产业环境资源,学校要打开校门、融入生态、走进产业链,借助企业对人才在知识、技术、能力等方面的新要求、新变化,改进理论体系和培养体系,缩短市场营销专业学生学与用、人才与社会价值体现之间的距离,促进个人职业发展。(2)产教融合,加快实习实践平台建设。通过校内外资源联动与融合,建立长期的校企合作机制,共建实践平台。建立企业资源转换教学资源机制,以能力模块化设计倒逼知识体系重构,并不断通过企业实践验证,持续优化。例如依托企业或行业实践经营,构建能够模拟企业经营和行业竞争的综合实训平台,实现市场、财务、运营、生产、物流等各经营环节的模拟与配合。共同开发实习项目,通过小批量、多批次等半分散方式克服实习基地承载限制,实现学习、实践和就业的三项联动。(3)协同育人,创新市场营销专业人才培养模式。以市场需求为出发点,全面整合校内外优质资源,实现师资要素、课程要素、培训场景要素的共建共享,充分挖掘、动员校内外人才、管理经验、经营模式、运营场景等资源,有效克服传统市场营销专业人才培养资源的制约,吸纳有行业企业背景的教师力量参与人才培养方案的修订、教学设计、教学大纲设计、教材编写以及课程建设和教学等各个环节。(4)校企合作,构建“双师型”师资队伍建设平台加强市场营销专业“双师型”教师的引培力度,提高“双师型”教师的福利待遇,建立健全培养“双师型”教师的激励机制与评价体系促进高校“双师型”教师与企业进行双向流动。遴选具有丰富管理经验的企业高级管理人员授课,通过“企业导师”“驻校企业教师”“兼课企业教师”“客座企业教师”“校友导师”“创新创业导师”等形式为传统的学校育人模式注入优质企业师资。

## 参考文献

- [1]何曼.新时代产教融合的历史使命[J].在线学习,2021:2-3.
- [2]张美娟,刘建刚,沈秀.商科类专业产教融合育人模式的理论与探索[J].实验技术与管理,2021(3).
- [3]罗琼玮.基于深度产教融合的混合式教学设计与应用[J].广东农工商职业技术学院学报,2021(2).
- [4]王筱.“互联网+”背景下应用型本科院校产教融合的现状与对策研究[J].中国多媒体与网络教学学报,2018(11).
- [5]吴津钰.产教融合视角下高校“双师型”教师队伍人才培养机制存在的问题及对策探析[J].知识窗,2021(3).